

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa Pacet merupakan salah satu wilayah yang dimana terletak di Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. Wilayah Pacet berada dibawah kaki Gunung Welirang dan Gunung Penanggungan dengan ketinggian rata - rata 600 meter di atas permukaan laut. Penduduk didaerah Pacet rata - rata bermata pencaharian sebagai petani, salah satunya adalah petani Jamur Tiram. Indonesia sektor pertanian merupakan sektor yang cukup menjanjikan dalam membangun perekonomian nasional dibidang pertanian, karena dimana sebagian besar kebutuhan manusia diperoleh dari hasil pertanian yang meliputi tanaman pangan, sayur-sayuran dan buah-buahan.

Jamur adalah salah satu dari tanaman hortikultura yang sangat digemari oleh masyarakat, karena jamur tiram sangatlah mudah untuk dikembang biakkan. Jamur memiliki harga nilai jual ekonomis yang cukup tinggi. Media *baglog* jamur tiram terbuat dari bekatul dari padi, serbuk gergaji dari kayu yang berkualitas, pupuk dan cairan fermentasi yang dapat menghasilkan jamur tiram, setelah media tercampur semua dimasukan ke dalam plastik. Media jamur tiram yang telah menjadi *baglog*, kemudian di oven dengan menggunakan alat yang bernama *steamer* (tempat pengovenan agar steril dari bakteri) dengan suhu dan waktu yang telah ditentukan supaya hasil dari *baglog* yang telah di oven menjadi lebih padat dan sterilisasi dari bakteri-bakteri yang ada di *baglog*.

Baglog adalah media tanam utama yang dapat menghasilkan jamur tiram. Harga *Baglog* yang ada di wilayah Desa Pacet dihargai Rp 2.300,00 sampai Rp 2.500,00- rupiah. *Baglog* dapat menghasilkan jamur tiram setelah didiamkan kurang lebih selama 1 bulan sampai *baglog* berganti warna yang semula berwarna coklat menjadi warna putih. Perubahan warna dapat terjadi karena mulainya reaksi bakteri – bakteri didalam *baglog* menjadi bibit jamur yang dapat menghasilkan jamur tiram.

Jamur tiram tergolong tanaman yang memiliki banyak peminat, hingga saat ini masyarakat banyak membudidayakan jamur tiram. Proses perawatannya juga cukup sulit, karena jamur tiram menyukai tempat yang lembab dan mengandung cukup banyak kadar air dalam pertumbuhannya. Faktor alam yang tidak menentu menjadi salah satu hambatan bagi para usahatani jamur tiram. Masa perawatan produksi yang perlu diperhatikan dengan baik yaitu selalu menjaga sirkulasi udara dan cukup pencahayaan, karena jamur tidak membutuhkan banyak cahaya.

Efek penghambat pertumbuhan jamur tiram yang terjadi dilapang saat pemeliharaan jamur tiram adalah hama. Petani budidaya jamur tiram biasanya melakukan tambahan extra dalam perawatan jamur tiram apabila terkena hama. Petani dapat meningkatkan hasil produksi jamur tiram dengan menggunakan air leri yang dihasilkan dari hasil penyucian air beras.

Kegiatan yang sangat kompleks setelah produk dihasilkan yaitu proses pemasaran, dari proses inilah produk bisa disalurkan mulai dari pihak pertama sampai tingkat yang terakhir (konsumen). Kegiatan ini bisa juga disebut dengan saluran pemasaran dimana kegiatan ini dimulai dari pengumpulan hasil produksi dari petani,

pengemasan, penyimpanan, dan mendistribusikan ke sub -sub yang menjadi peran saluran pemasaran. Produksi dan pemasaran adalah fungsi yang sangat penting untuk masyarakat dikarenakan dari kedua kegiatan tersebut bisa menghasilkan nilai ekonomi bagi masyarakat.

Saluran pemasaran membutuhkan lembaga - lembaga perantara yang mendistribusikan produk untuk menjual ke Lembaga penyaluran pemasaran, sehingga harus mengetahui Lembaga apa saja yang menjadi pemeran dalam saluran pemasaran. (Sudiyono, 2001) menyampaikan dalam pendekatan lembaga (*Institusional Approach*) pendekatan dengan cara menentukan lembaga-lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam proses pemasaran. Lembaga pemasaran ini dapat berupa Tengkulak, pedagang Pengepul, pedagang besar dan lain-lain.

Pemasaran jamur tiram ini tidak terlalu susah, karena terdapat banyak lembaga penyalur pemasaran. Harga jamur tiram sendiri selalu stabil di hari-hari biasanya yaitu berkisar di harga Rp 10.000,00- rupiah sampai Rp 11.000,00- rupiah. Terdapat penurunan harga pada waktu lebaran datang dikarenakan pihak pemasaran mulai libur sehingga pihak petani terkadang menurunkan harga sampai berkisaran Rp 8.000,00- rupiah.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian analisis saluran pemasaran ini sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran jamur tiram di Desa Pacet?
2. Bagaimana efisiensi saluran pemasaran pada jamur tiram di Desa Pacet?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan dari rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi margin pemasaran, *share* harga yang diterima petani, keuntungan lembaga pemasaran, *share* pemasaran dan *share* keuntungan saluran pemasaran jamur tiram di Desa Pacet?
2. Menganalisis efisiensi dari saluran pemasaran pada jamur tiram di Desa Pacet?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menghasilkan manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat bagi masyarakat, Sebagai informasi dan masukan kepada pihak-pihak terkait supaya menjadi perkembangan usaha dalam pemasaran jamur tiram.
2. Manfaat bagi universitas, sebagai bahan tambahan dan literatur bagi mahasiswa yang sedang memprogram skripsi tentang saluran pemasaran.

1.5 Batasan istilah dan Pengukuran Variabel

1.5.1 Batasan Istilah

Beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Efisiensi adalah pemaksimalan kerja atau usaha untuk pemanfaatan seluruh sumber daya dalam proses barang dan jasa.
2. Pemasaran adalah proses menyalurkan suatu barang yang dimulai dari mendistribusikan, menentukan harga dan promosi.
3. Saluran Pemasaran adalah suatu alur pemasaran yang melibatkan suatu lembaga mulai dari produsen, pengepul, pengecer sampai alur terakhir yaitu konsumen.

4. Produsen (petani), merupakan pelaku yang menghasilkan barang dan jasa untuk dijual atau dipasarkan.
5. Distributor (Tengkulak) adalah pembeli atau pendistribusi sekaligus pedagang hasil pertanian dan hasil bumi lainnya dengan cara datang ke daerah penghasil untuk mengumpulkan barang - barang tersebut.
6. Pedagang pengepul, merupakan seorang yang usahanya mengumpulkan hasil pertanian, peternakan dan perikanan untuk dijual ke eksportir pemasaran.
7. Konsumen merupakan pemakai barang atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat.
8. Margin pemasaran adalah metode untuk mencari selisih harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani jamur tiram.
9. *Share harga yang diterima petani* adalah membandingkan bagian yang diterima oleh petani dengan harga yang dikeluarkan oleh konsumen.
10. Keuntungan lembaga pemasaran yaitu mengetahui keseluruhan laba atau keuntungan di masing – masing lembaga pemasaran.
11. Share pemasaran dan share keuntungan yaitu mengetahui pembagaian keuntungan dan biaya pemasaran dengan margin pemasaran.

1.5.2 Pengukuran Variabel

1. Margin pemasaran diukur dengan menggunakan satuan harga dari tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg).
2. Farmer's share untuk mendapatkan hasil dari metode ini terlebih dahulu membandingkan harga yang diterima ditingkat produsen atau petani dengan

harga yang diterima oleh konsumen, dari hasil tersebut dikalikan 100 % sehingga farmer share diukur dengan satuan persen (%).

3. Keuntungan lembaga pemasaran ialah untuk mengetahui hasil dari keseluruhan jumlah keuntungan yang diperoleh dari masing – masing lembaga pemasaran (Rp/Kg).
4. Share pemasaran dan share keuntungan diukur dengan satuan persen (%).

